



**Anais de Resumos Expandidos**  
**V Seminário Internacional de Pesquisas**  
**em Mídia e Processos Sociais**

ISSN 2675-4169

Vol. 1, N. 5 (2022)

***Binge-Watching: a intensificação do consumo de conteúdos audiovisuais***<sup>1</sup>

**Binge-Watching: an intensification's consumption of audiovisual content**

Marcella Souza Moreira

Vitor Secchim

**Palavras-chave:** *binge-watching*; maratona; telespectador.

O termo *binge-watching*, também conhecido como “maratona”, vem se tornando cada vez mais comum no consumo de conteúdos midiáticos audiovisuais, especialmente no consumo de ficção seriada televisiva. “Esse termo foi introduzido no final dos anos 1990 e remonta às práticas de *fandoms* de assistir a vários episódios da mesma série de televisão em uma única sessão” (LOBÃO, 2020, p.4).

Com o aperfeiçoamento das tecnologias de informação e comunicação, percebe-se que a sociedade está mais impaciente, ou seja, deseja resultados imediatos. Diante disso, a disseminação de conteúdos audiovisuais se modificou, incorporando transformações que atendem às demandas desse novo perfil de consumidor: aquele que passa a determinar o quê, quando e onde assistir.

Este trabalho pretende investigar se o *binge-watching* é uma das consequências da aceleração do ritmo de vida e da mudança do fluxo comunicacional e como esse fenômeno auxilia na intensificação do consumo de produtos audiovisuais. A metodologia utilizada foi a de ensaio e emprega conceitos trazidos por autores como Marialva Barbosa (2007), Beatriz

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado ao V Seminário Internacional de Pesquisas em Mídia e Processos Sociais. PPGCC-Unisinos. São Leopoldo, RS.

Sarlo (1997), Adauto Novaes (2013), Maria Rita Kehl (2009), Raquel Lobão (2020) e Juliano Azevedo (2016).

O excesso no consumo de conteúdos audiovisuais não é algo novo. Os *fandoms*, as gravações em videocassetes e os *boxes* de DVDs provocaram mudanças no comportamento de consumo nas últimas décadas. Com as novas tecnologias de distribuição pela internet, o telespectador ganhou ainda mais autonomia, agora, ele pode assistir aos conteúdos em diferentes lugares e momentos. Por fim, é possível concluir que o *binge-watching* se dá como uma das consequências da aceleração do ritmo de vida e da mudança do fluxo comunicacional, o que concede maior autonomia e “independência” ao telespectador/consumidor.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AZEVEDO, Juliano. **A Experiência Televisiva: o Netflix e a cultura da recepção audiovisual on demand no Brasil.** 2016. 106f. Dissertação (Mestrado em Estudos Culturais Contemporâneos) – Universidade FUMEC (Fundação Mineira de Educação e Cultura), Belo Horizonte, 2016.

BARBOSA, Marialva. Arquitetura temporal. In: BARBOSA, Marialva. **Percursos do olhar: comunicação, narrativa e memória.** Niterói: Editora UFF, 2007. p. 63-77.

KEHL, Maria Rita. **O tempo e o cão.** São Paulo: Boitempo, 2009. p.109-135.

LOBÃO, Raquel. **Maratona de séries durante a epidemia de COVID-19.** In: 43º CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, Virtual, p.01-15, 2020. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/sis/eventos/2020/resumos/R15-0146-1.pdf>>. Acesso em: 28 jul. 2021.

NOVAES, Adauto. Mundos possíveis. In: NOVAES, Adauto (org.). **O futuro não é mais o que era.** São Paulo: Edições Sesc, 2013. p. 11-39.

SARLO, Beatriz. O sonho acordado. In: \_\_\_\_\_. **Cenas da vida pós-moderna.** Rio de Janeiro: Ed.UFRJ,1997. p. 53 – 98.